

Scopo

Con questo documento, la direzione intende fissare gli obiettivi aziendali per la qualità per l'anno 2026 ed intende diffondere la conoscenza a tutte le risorse umane.

Tutte le risorse, attraverso l'acquisizione della consapevolezza della strategia aziendale, nell'ambito delle proprie responsabilità, sono chiamate a fornire il proprio contributo per il raggiungimento degli obiettivi.

Il piano annuale della qualità ha lo scopo di determinare gli obiettivi annuali di gestione per la qualità che siano:

- Coerenti con la politica aziendale
- Misurabili
- Comprensivi dell'impegno al miglioramento continuativo
- Stabiliti per tutta l'organizzazione

Input del piano

Il piano annuale di gestione aziendale è stato redatto sulla base dei seguenti input:

- Analisi della situazione aziendale
- Obiettivi definiti dalla direzione
- Definizione della politica aziendale
- Impressioni espresse dal personale aziendale in merito alla qualità della gestione corrente
- Impressioni espresse dalla direzione / proprietà in merito alle risorse umane ed al mercato

Premessa

Il piano annuale della qualità consiste in un esperimento pilota in quanto è uno strumento che non trova precedenti applicazioni in azienda e – di conseguenza – risulta configurato sull'esperienza e la capacità di identificare le opportunità ed i rischi da parte della direzione piuttosto che su dati pregressi raccolti in maniera sistematica.

Il personale aziendale non ha ancora avuto piena esperienza di lavoro per obiettivi; conseguentemente, la precisione del raggiungimento degli scopi può verosimilmente risentire, dal punto di vista dei tempi e dei costi, del necessario periodo di adattamento.

Obiettivi del piano qualità

Obiettivi di marketing

- Efficacia commerciale / finanziaria
- Espansione del mercato

Obiettivi economici

- Utile lordo
- Margine operativo lordo per commessa

Obiettivi risorse umane

- Formazione
- Soddisfazione

Obiettivi qualità

- Numero di reclami
- Non conformità maggiori
- Non conformità minori
- Osservazioni
- Soddisfazione del cliente

Obiettivi di marketing**Efficacia commerciale / finanziaria**

L'efficacia commerciale è vista dal punto di vista finanziario in quanto si concretizza nella generazione di fatturato. Il fatturato è generato dalla vendita di prodotti e servizi finanziati per enti pubblici ed aziende, nonché da prodotti e servizi non finanziati.

Espansione del mercato

L'espansione del mercato è un obiettivo da intendere dal punto di vista dei clienti. L'azienda intende acquisire non soltanto commesse ma anche clienti sui quali costruire un rapporto commerciale duraturo, al fine di avviare una generazione continua di cash flow. I clienti ai quali si fa riferimento sono quelli della committenza cofinanziata e quelli della committenza finanziata.

La variabile con cui questo obiettivo viene misurato è il numero di commesse.

Obiettivo espansione del mercato: numero di commesse superiore a 15 (quindici)

Obiettivi economici**Utile lordo**

L'utile lordo imputabile all'esercizio 2026 che l'azienda si propone di generare dipende dalla generazione di ricavi, che avviene attraverso l'attività di marketing e l'attività di controllo dei costi e delle politiche di impiego delle risorse materiali, umane e finanziarie.

Indice: l'utile lordo è considerato ante imposte.

Obiettivo utile lordo: $x \geq € 45.000,00$

Margine operativo lordo per commessa

Il margine operativo lordo per commessa è l'effettiva ricchezza economica prodotta dalla commessa che, da un lato genera ricavi e dall'altro assorbe risorse. I costi imputabili alla commessa sono sia quelli diretti che quelli indiretti. L'azienda di conseguenza determina il margine lordo attraverso la tecnica del Full Costing.

La variabile: il margine operativo lordo della commessa è misurato in termini percentuali attraverso il rapporto tra la differenza fra il ricavo ed i costi totali della commessa ed i costi della commessa.

Obiettivo margine operativo lordo per commessa: $x \leq 30\%$

Obiettivi risorse umane

Formazione delle risorse umane

La formazione delle risorse umane mira a migliorare la professionalità di ciascuna risorsa, al fine di consentire la realizzazione professionale della risorsa umana in azienda ed a migliorare le conoscenze e le abilità operative e metodologiche sui processi, così da accrescere la produttività generale.

L'efficacia della formazione è misurata attraverso l'effettiva acquisizione delle conoscenze. Lo strumento di misurazione utilizzato è il test che viene predisposto in occasione di ciascun training formativo. L'indice di efficacia della conoscenza acquisita è dato dalla percentuale che scaturisce dal rapporto tra il numero delle risposte esatte ed il numero totale delle risposte previste dal test.

Gli ambiti della formazione

Competenze

- Processi di realizzazione: analisi, progettazione, approvvigionamento e sviluppo
- Strumenti, metodi e tecniche di misurazione, analisi e miglioramento
- Tecnologie, soluzioni e prodotti

Consapevolezza

- Politica aziendale
- Obiettivi e pianificazione aziendale
- Utilizzo dei documenti e delle risorse aziendali
- Regole di vivibilità aziendale

Addestramento ed abilità trasversali

- Gestione per obiettivi (efficacia ed efficienza)
- Time management (risparmio del tempo)
- Problem solving

Obiettivo efficacia formazione: $x \geq 80\%$

Soddisfazione risorse umane

L'azienda ritiene di voler diventare una realtà in grado di attrarre le risorse umane migliori e per questo mira a soddisfarle in maniera compiuta. L'efficacia degli sforzi aziendali è misurata attraverso l'effettiva manifestazione della soddisfazione da parte delle risorse umane. Lo strumento di misurazione utilizzato è il test. L'indice di soddisfazione è dato dalla media dei valori espressi da ciascuna risorsa in merito a:

- Grado di fiducia che la risorsa nutre per l'azienda
- Livello di attenzione che l'azienda pone verso la crescita professionale individuale
- Clima aziendale
- Rapporti interpersonali
- Condizioni materiali nelle quali si svolgono le attività quotidiane di lavoro
- Responsabilità sociale della direzione percepita dalla risorsa

La soddisfazione in relazione a ciascun elemento, espressa da ciascuna risorsa umana, è data da un numero intero che varia da 0 a 5.

Obiettivo soddisfazione: $x \geq 3$ **Obiettivi qualità****Reclami**

I processi che l'azienda mette a punto sono finalizzati alla comprensione ed alla conseguente soddisfazione delle esigenze dei clienti. L'azienda si propone di attuare una politica di customer care in una prospettiva preventiva, mettendo in atto tutti gli accorgimenti possibili affinché i clienti non abbiano insoddisfazioni a fronte delle quali manifestino formalmente reclami.

Obiettivo reclami: $x \leq 4$ **Non conformità maggiori**

Le non conformità maggiori sono il frutto di una disattenzione e/o di una carente adesione ai principi espressi nella politica aziendale. Risorse umane non sufficientemente formate e motivate possono generare non conformità maggiori. L'azienda, in una logica preventiva, mette in atto tutte le azioni necessarie perché non si manifestino. La non conformità maggiore riguarda i comportamenti inadempienti o carenti rispetto alle disposizioni cogenti e/o agli impegni contrattuali.

Generano inoltre non conformità gravi al sistema di gestione le seguenti ipotesi:

- Mancanza di conformità degli ordini di lavoro alla politica ed agli obiettivi aziendali
- Mancanza di analisi dei requisiti
- Mancanza di progettazione e/o di pianificazione
- Mancanza di strumenti di verifica di quanto è stato pianificato e/o progettato
- Mancanza di interventi a fronte di scostamenti rilevati nelle verifiche
- Mancanza di documentazione che dia evidenza di attività pianificate, compiute, verificate e corrette
- Reiterato mancato rispetto delle regole di vivibilità aziendale
- Assenza di correlazione tra fini e mezzi
- Non compimento di attività di riesame della direzione

Indice: numero di non conformità maggiori per verifica ispettiva.

Obiettivo non conformità gravi: $x \leq 3$ **Non conformità minori**

Le non conformità minori si evincono da comportamenti che, seppur adempienti, sono carenti e che pertanto producono o causano inefficienze, privi di determinazione nel raggiungere gli obiettivi prefissati. Sono evidenziate da comportamenti che tradiscono immaturità nell'acquisizione dello spirito gestionale dell'azienda.

Indice: numero di non conformità minori per verifica ispettiva.

Obiettivo non conformità minori: $x \leq 6$ **Osservazioni**

Le osservazioni nascono dalla rilevazione, da parte dell'auditor, di adempimenti corretti che possono essere migliorati. L'azienda auspica numerosi miglioramenti, la cui occasione di riflessione tuttavia deve emergere durante i processi e non durante la verifica ispettiva.

Indice: numero di osservazioni per verifica ispettiva.

Obiettivo osservazioni per la verifica ispettiva: $x \leq 6$

Soddisfazione del cliente

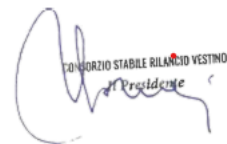
L'azienda ritiene di voler diventare una realtà la cui notorietà è caratterizzata dalla professionalità con cui eroga i propri servizi e soddisfa il cliente. La soddisfazione del cliente è un obiettivo posto alla base della propria sussistenza sul mercato. L'efficacia degli sforzi aziendali è misurata attraverso l'effettiva manifestazione della soddisfazione da parte del cliente. Lo strumento di misurazione utilizzato è il questionario di qualità. L'indice di soddisfazione è dato dalla media dei valori espressi da ciascun cliente in merito a:

- Grado di fiducia che il cliente nutre per l'azienda
- Livello di attenzione che l'azienda pone verso le necessità del cliente
- Correttezza e responsabilità manifestata nei rapporti interpersonali
- Attitudine del servizio e/o prodotto a soddisfare in maniera compiuta la necessità
- Capacità dell'azienda di supportare il cliente nelle difficoltà

La soddisfazione in relazione a ciascun elemento, espressa da ciascun cliente, è data da un numero intero che varia da 0 a 5.

Obiettivo soddisfazione: $x \geq 3$

Il Presidente
Dott. Florio CORNELI



CONSORZIO STABILE RILANCIO VESTINO
Il Presidente